



PRESSEMITTEILUNG

Underberg seit 165 Jahren im Dienste des Wohlbefindens: Erfolgreiches Familienunternehmen mit starken Marken

Rheinberg, 15. Juni 2011. Das Haus Underberg mit seinem Stammsitz im nordrhein-westfälischen Rheinberg blickt in diesem Jahr auf eine seit 165 Jahren erfolgreiche Unternehmens- und Markengeschichte zurück: Hubert Underberg (I) gründete am 17. Juni 1846 die Firma „H. Underberg-Albrecht“, die Keimzelle für eine Unternehmensgruppe, die heute international operiert und mit ihren Getränkemarken zu den Premiumanbietern in den jeweiligen Marktsegmenten gehört.

Eines ist seit 1846 jedoch unverändert: Underberg, der Rheinberger Kräuter, ist und bleibt das wichtigste Produkt des Unternehmens. Dr. Hubertine Underberg-Ruder, die als Beiratsvorsitzende der Semper idem Underberg GmbH das Unternehmen in fünfter Generation gemeinsam mit Vater Emil Underberg führt: „Als Familienunternehmen haben wir einen großen Vorteil: Wir gestalten den Wandel über Generationen hinweg organisch. Ein weiteres Erfolgskriterium liegt darin, dass wir uns durch ein einzigartiges und nicht austauschbares Produkt differenzieren – und bei allem, was wir rund um die Marke Underberg tun, die Kundenwünsche erfüllen und so dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus sein wollen.“

Dank seiner wohltuenden Eigenschaften und der beständigen Qualität ist Underberg bis heute erfolgreich. Weitere wesentliche Faktoren für die große Bekanntheit und Beliebtheit sind die konsequente Markenorientierung, erkennbar nicht zuletzt an der unverwechselbaren, mit Strohpapier umwickelten Portionsflasche, in der der Rheinberger Kräuter seit 1949

ausschließlich vertrieben wird. Täglich von hunderttausenden Kunden genossen, ist Underberg weltweit die Nr. 1 in der Portionsflasche. Seit Jahrzehnten ist die Marke gemessen am Umsatz Marktführer in Deutschland in der Kategorie Kräuterbitter.

Das Unternehmen Underberg: von Rheinberg in die Welt

Bei der Stammmarke allein ist es nicht geblieben. Unter der Führung von Emil Underberg (II) hat sich Underberg vom Ein-Produkt-Unternehmen zu einem internationalen, markenorientierten Getränkehaus entwickelt*, zu dem auch Vertriebsunternehmen wie die Diversa Spezialitäten GmbH gehören. „Andere Hersteller nutzen für ihre Marken gern unsere Kompetenz als Distributionsunternehmen im komplexen deutschen Markt“, so Dr. Underberg-Ruder. Ihre erfolgreiche Entwicklung setzte die Underberg Gruppe auch im abgelaufenen Geschäftsjahr (31. März 2011) mit einem Umsatz von rund 500 Mio. Euro fort. Für das laufende Geschäftsjahr wird ein moderates Wachstum erwartet. Dies gelte auch für das internationale Geschäft, so Dr. Hubertine Underberg-Ruder. Die Underberg Gesellschaften beschäftigen in Deutschland rund 250 Mitarbeiter, weltweit sind es etwa 900 Beschäftigte.

Von den Top 6-Eigenmarken (Underberg, Asbach, PITÚ, XUXU, Grasoška und Riemerschmid) wird im Durchschnitt bereits mehr als jede fünfte Flasche international abgesetzt. Neben dem Duty-Free-Bereich sind insbesondere die europäischen Nachbarländer ein Schwerpunkt im Exportgeschäft. Aber auch so entfernte Länder wie China, Grönland, Südafrika oder die Fidschi-Inseln gehören zu den Exportmärkten für Underberg. In Deutschland wird die Marke in allen relevanten Absatzkanälen –

* Mit dem Erwerb von Asbach (in zwei Schritten 1999/2001), der Spezialität aus Rüdesheim, hat sich Underberg in Deutschland ein zweites großes Standbein geschaffen. Bereits seit 1973 gehört die österreichische Marke Schlumberger zur Underberg-Gruppe.

Lebensmitteleinzelhandel, C+C, Fachgroß- und Einzelhandel sowie Gastronomie – vertrieben.

Die Marke Underberg: die Nr. 1 in der Portionsflasche

Als Hubert Underberg (I) seinen Kräuter-Digestif entwickelte, hatte er sich zum Ziel gesetzt, die heilsamen Kräfte der Kräuter mit modernen Produktionsmethoden zu verbinden. Seine Rezeptur und auch das Herstellungsverfahren sind bis heute ein wohl gehütetes Familiengeheimnis: Nur Emil Underberg (II), seine Frau Christiane und seine Tochter Dr. Hubertine Underberg-Ruder sowie zwei Geistliche kennen die Zusammensetzung. Die Kräuter aus 43 Ländern werden am Stammsitz in Rheinberg separat angeliefert, ihre Auswahl und die fein abgewogene Mischung werden durch die „Geheimnisträger“ persönlich vorgenommen. „Das ist körperliche Arbeit, aber nur so hat man unmittelbaren Kontakt zu den Kräutern und sieht die Qualität wirklich“, sagt Dr. Hubertine Underberg-Ruder.

Neben der Erzeugung fokussierte Hubert Underberg (I) schon früh auf die Marke: So deponierte er zum Schutz vor Nachahmern bereits 1851 die äußere Ausstattung seines Produktes beim Handelsgericht in Krefeld. Dies und die permanente konsequente Markenpflege vor Nachahmern führten dazu, dass Underberg bis heute einzigartig und unverwechselbar ist. Zudem nahm Hubert Underberg (I) seit 1851 an den damals sehr bedeutenden Industrie- und Weltausstellungen teil, bei denen sein Produkt zahlreiche Medaillen und Auszeichnungen erhielt.

Sein Sohn Hubert Underberg (II) meldete 1894 beim Kaiserlichen Patentamt als Bezeichnung für das Produkt sowohl seinen Namen „Underberg“ als auch die Devise „Semper idem“ an – als Wahlspruch für stets gleiche Qualität und Wirkung. Um diesem Qualitätsbekenntnis jederzeit gerecht zu werden, unterbrach Underberg sogar während der beiden Weltkriege

die Produktion vollständig: Denn die Belieferung mit den für die Herstellung benötigten Kräutern konnte nicht in entsprechender Qualität sichergestellt werden.

Der Enkel des Gründers, Emil Underberg (I), war es, der die Portionsflasche erfand und nach Beendigung des Zweiten Weltkriegs einführte. Diese garantiert die Originalität des Produktes und die optimale Entfaltung der Kräuterwirkung: Underberg – die Portion Wohlbefinden. Emil Underberg (I) erkannte bereits frühzeitig, wie wichtig Marketing ist. „Täglich Underberg und du fühlst dich wohl“, dieser Slogan war bald in aller Munde. Mit intensiver Werbung durch Zeitungsinserte, an Straßenbahnen und selbst mit Luftschiff und Hubschrauber wurde die Idee zum großen Erfolg.

Außergewöhnliche Aktionen im Jubiläumsjahr

Handels- und Gastronomiepartner mit zielgerichteten Maßnahmen zu unterstützen, hat im Hause Underberg auch heute Tradition. Anlässlich des 165. Firmen- und Markenjubiläums hat das Unternehmen eine ganze Reihe an außergewöhnlichen Aktionen geplant: So gibt es beispielsweise – passend zur Ferienzeit – unter dem Motto „Underberg wünscht gute Reise“ erstmalig eine limitierte Themenpackung für den Lebensmittelhandel. Ebenfalls in limitierter Stückzahl erhältlich ist die „Kräuterbox“, die mit einem Gutschein über zwölf Kapseln ausgestattet ist, welche wiederum im Rahmen des Treue-Programms „Tops & More“ eingesetzt werden können.

„Tops & More“ ist auch im Jubiläumsjahr zentraler Bestandteil aller Promotionaktivitäten. Und so wird es – als besonderes „Bonbon“ für die Kapselsammler – ab 17. Juni 2011 gleich drei neue attraktive Prämien geben: das Original Underberg Bicolor Designstilglas „Edition 165 Jahre“, einen Nostalgie-Postkartenblock und Blechschilder mit sieben historischen Underberg Werbemotiven. Im Herbst folgt unter anderem ein attraktives Gewinnspiel.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Britta Fey und Franziska Schutter
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 63 – 511, Telefax: 0 89 / 89 39 84 29
E-Mail: f.schutter@engel-zimmermann.de

www.underberg.com